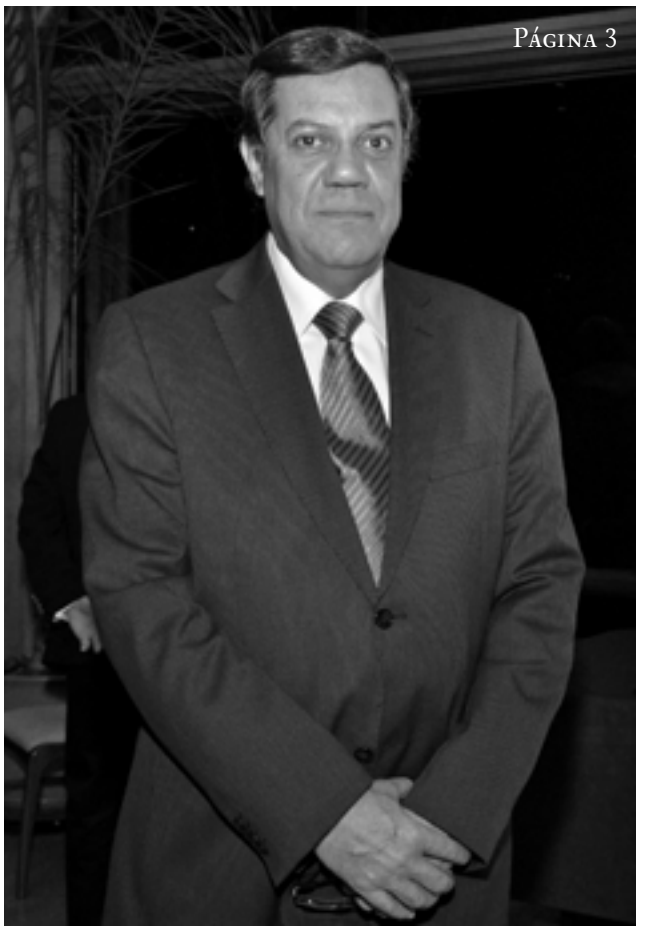
IMPRESIONES
Del Mundo Gráfico

SANTIAGO DE CHILE - NOVIEMBRE 2013 AÑO 8, N° 81 - DISTRIBUCION GRATUITA

Especial Cena Anual de la Industria Gráfica 2013

Roberto Tapia Mac Donald, Líder Gráfico 2013

Con 32 años de carrera gráfica, y coincidiendo con los diez años en que está a la cabeza de Salesianos Impresores S.A, el gremio distingue a Roberto Tapia con el premio Líder Gráfico 2013. "Este es un reconocimiento a una enorme cantidad de valiosas personas que han acompañado y contribuido a mi carrera profesional", expresó.



Página 3

Profesionales de Excelencia

Carmen Castro (Edipac) y Andrés Navarro (HP)

8

En página 4

HAGRAF, mejor proveedor de maquinarias

ANTALIS GMS, mejor proveedor de insumos

DITRA INDUSTRIAL, mejor proveedor de servicios

La industria gráfica discute el futuro del papel con un marco de amplia asistencia

Coexistir con el mundo digital y otras plataformas, difundir efectivamente los esfuerzos de la industria por la sustentabilidad y diversificar el negocio se vislumbraron como las alternativas para mantener vigente el papel como sustrato de la industria gráfica. Página 5

Jurado destaca calidad de obras del Premio Australis

Según los expertos, las piezas evaluadas dan muestra de una industria de la impresión competitiva y vigente. Página 6

Ganadores... página 7

NUESTROS AUSPICIADORES

EDIPAC premia a sus colaboradores por años de servicio

EDIPAC celebró sus 31 años de de existencia en el mercado de la distribución de papeles Bond, Cut Size Cartulinas y Productos de Papel, a lo largo y ancho de todo Chile.

En esta ocasión, como en todos los años, se premió a aquellos colaboradores que cumplieron 10, 15, 20, 25, y 30 años de servicio en la empresa.

Este es un merecido reconocimiento a aquellas personas, que en todos estos años, han dado gran parte de su tiempo y toda su capacidad y empeño para que EDIPAC ocupe el lugar de liderazgo que hoy ostenta en los mercados de distribución que atiende.

Las empresas son sus personas, a ellas se deben sus éxitos o sus fracasos, de ellas dependen finalmente sus resultados. EDIPAC es una empresa en la que siempre se ha valorado a sus colaboradores, considerando que todos ellos constituyen la Familia de EDIPAC. Lo anterior se refleja en el largo tiempo que permanecen en la empresa, manifestando así el buen ambiente en que desempeñan sus trabajos.

Finalmente, esta permanencia va generando lazos de amistad y cercanía haciendo propias las penas y alegrías que se van produciendo a lo largo del tiempo.

Colaboradores comprometidos. Clientes bien atendidos. Fortalezas de EDIPAC.

Nicolás Moreno, Lucía Lobos, Javier Ureta.

Rodrigo Rivera y Juan Carlos Flores.

TECNOLOGÍA

DE LOS MEDIOS IMPRESOS

José Bodet

Consultor Gráfico Internacional
Asesor Escuela de la Industria Gráfica
Director académico – Academia MacPC

josebodet@me.com

El Futuro de la especialidad gráfica

Nuestra Escuela de la Industria Gráfica representa un paradigma a nivel nacional como Colegio Técnico Profesional por encontrarse un paso adelante, y no varios pasos atrás, en cuanto al modelo educacional y las competencias que adquieren nuestros jóvenes a través de plan y programas de estudio renovados para la especialidad gráfica.

La dura realidad nacional

Cerca de un 45% de nuestros jóvenes, con altos índices de vulnerabilidad, estudian en algún Colegio Técnico Profesional del país. La mayoría de esos estudiantes no logran seguir en la Educación Superior como tampoco salen bien preparados para integrarse con éxito al mundo laboral y, muchos, no alcanzan titularse de cuarto medio. Hace poco supimos como cerca de 5 millones de personas se encuentran es esta última y penosa situación. Por otra parte, no encontramos libros ni informes sobre el tema de la educación que muestren algún grado de optimismo en sus conclusiones. El tema, como bien nos dimos cuenta durante el proceso electoral, marca la agenda política y contingencia nacional. *¡Y con justa razón!*

El paradigma de la E.I.G.

Luego de 4 años de trabajo en la elaboración de nuevos planes y programas de estudio, nuestra Escuela marca la pauta a nivel nacional para la especialidad gráfica al encontrarse un paso adelante, y no varios pasos atrás, en cuanto a las competencias que adquieren nuestros jóvenes de acuerdo a las necesidades del mundo laboral. Más allá de renovados programas de estudio, que con seguridad pasarán a ser programas del Ministerio, son también otros las acciones relevantes que marcan la diferencia entre nuestra Escuela y otras, como por ejemplo: capacitar en forma continua al equipo docente de la especialidad; tener a un promedio de 7 alumnos por profesor en talleres de impresión; desarrollar nuevos materiales de estudio; realizar constantes inversiones en tecnologías; contar con el apoyo de proveedores y una red de más de 160 empresas gráficas que participan de la Formación Dual. Y como son las personas las que promueven y hacen posibles los cambios hacia una educación de calidad, un especial reconocimiento para los directores y profesores por su compromiso y apoyo a este gran esfuerzo.

El futuro de la especialidad

Si bien uno puede razonablemente estar contento con estos primeros resultados, todavía no son suficientes como para cantar victoria. Hicimos bien por barrer primero en nuestra casa antes de salir fuera a dar lecciones. Ahora le corresponde a la Escuela realizar una profunda reingeniería del modelo de Formación Dual, articularse con la Formación de Nivel Superior del CFT Ingraf y seguir invirtiendo en sus profesores. Los empresarios también tienen que contribuir en hacer que la gráfica sea una especialidad tanto o más interesante para nuestros jóvenes que otros sectores industriales del país. *¡La educación es una tarea de nunca acabar!*

Editorial

Con el término de año ad portas, es momento de detenerse, reflexionar y hacer un balance de lo que ha acontecido en la industria y en el país. Este mes pusimos en práctica una de las acciones ciudadanas más importantes de nuestro sistema institucional: La elección de nuestros representantes, realizada mediante una correcta jornada de participación. Todos esperamos que el país continúe en la senda, no solo del progreso económico, sino del desarrollo cultural y social que permite disminuir incertidumbres y robustecer la confianza entre las personas. A nuestro gremio también le cabe como misión aportar en la consecución de dichos objetivos.

Por otro lado, acabamos de realizar, con una importante asistencia, el encuentro "El Futuro del Papel", que convocó a empresarios, profesionales y estudiantes de la industria gráfica, y a expositores de gran calidad donde pudimos analizar las proyecciones de nuestra principal materia prima. Entre las conclusiones está que el papel sigue con alta presencia como medio impreso y de packaging , que es la materia prima con más alto grado de sustentabilidad por ser totalmente renovable, biodegradable y reciclable, atributo que debemos dar a conocer con más fuerza y efectividad.

Otra conclusión es que hoy debemos ser más creativos y conocer mejor los requerimientos de los clientes, para así cada uno en su realidad pueda proponer las soluciones que ya no son únicas sino que es con la concurrencia y complemento de otros medios y tecnologías. Tenemos que integrarnos más con los otros talentos de la industria como son los diseñadores, comunicadores y creativos para entregar soluciones más efectivas.

Consecuente con el desafío mencionado, nuestras acciones por una mayor integración de Educagráfica conformadas por la Escuela y el Instituto con la realidad de nuestra industria permiten que los programas de estudio y los aspectos relevantes de nuestros desafíos presentes y venideros estén considerados por los futuros profesionales que egresen de estas instituciones.

En este mes corresponde realizar nuestra tradicional Cena Anual, donde Asimpres cumple 83 años desde su fundación y se reconoce la destacada trayectoria empresarial, gremial y humana con la designación del Líder Gráfico 2013, distinción que este año recae en don Roberto Tapia Mac Donald, gerente general de Salesianos Impresores, director de Asimpres y editor del periódico Impresiones quién tiene una destacada trayectoria en el rubro gráfico además de su colaboración y aporte significativo a Asimpres . También, como resultado de la encuesta realizada a empresas usuarias, reconocer a las mejores compañías proveedoras de insumos, servicios y maquinarias representadas en esta oportunidad por Antalis GMS, Ditra Industrial y Hagraf; y en forma muy especial a doña Carmen Castro de Edipac y Don Andrés Navarro de HP, ambos distinguidos como 'Profesionales de Excelencia 2013'.

A través de este medio, agradecemos y felicitamos a todas las personas detrás de las muestras ganadoras del Premio Australis, a la calidad gráfica nacional, y reconocer el valioso aporte a los integrantes del jurado y del Concurso Theobaldo de Nigris a nivel regional.

Espero compartamos una grata celebración y tengamos un buen término de año.

Felipe Villaseñor Cortés-Monroy.
Presidente Asimpres.

Roberto Tapia Mac Donald, Líder Gráfico 2013

“Este es un reconocimiento a una enorme cantidad de valiosas personas que han acompañado y contribuido a mi carrera profesional”

COINCIDIENDO CON LOS DIEZ AÑOS EN QUE ROBERTO TAPIA LLEGÓ A LA DIRECCIÓN DE SALESIANOS IMPRESORES S.A, LA FAMILIA GRÁFICA LO DISTINGUE CON EL PREMIO LÍDER GRÁFICO 2013.

El actual director de Asimpres y editor del periódico Impresiones del Mundo Gráfico, es diseñador gráfico e industrial de la Escuela de Arquitectura de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Cuenta con 32 años de carrera, que comenzaron desempeñándose como diseñador, luego gerente de Producción, Comercial y durante la última década como gerente general de Salesianos Impresores S.A. Durante el año 2005 a 2010 fue director, vicepresidente y presidente de Asimpres, y desde 2006 a 2010 ocupó el cargo de director de la Corporación Educacional de las Artes Gráficas.

¿Cómo llegaste al ámbito de la impresión?
Aunque parezca extraño, debemos entender que la comunicación grafica es mi profesión. Por lo tanto, llegue a la industria primero por vocación y luego por formación académica, el primer contacto con las prensas lo tuve en los ramos tecnológicos de Diseño Gráfico e Industrial.

Si tuvieras que hacer una retrospectiva, ¿cuáles consideras que es el primero y ultimo hito que han marcaron tu desarrollo profesional.
Considerando que han pasado cuarenta años desde que tuve los primeros contactos con la gráfica, hay una innumerable cantidad de acontecimientos que han sido importantes, valoro mucho los constantes perfeccionamientos y los diplomados, pero tal vez, aprobar el proyecto de título que consistió en producir un libro desde su conceptualización, incluyendo el diseño, las ilustraciones, los textos, la impresión en una maquina KORD y un antiguo rodón de grabado, su posterior encuadernación y aprobación final, es un momento difícil de olvidar. Fue mi primer libro y también el primer paso de una larga marcha que me ha permitido llegar hasta acá.

El último hito en mi desarrollo personal es sin duda el hecho de recibir este valioso reconocimiento que hoy me otorga la familia gráfica, pero, profesionalmente es importante destacar la trasformación, valorización y el sólido posicionamiento que ha alcanzado Salesianos. Curiosamente este reconocimiento coincide con los diez años desde que asumimos la dirección de Salesianos Impresores S.A.

Estás recibiendo el premio al Líder Gráfico, un gran reconocimiento, ¿cómo tomas esta distinción a nivel personal y profesional?
Siento que este es un reconocimiento a una enorme cantidad de valiosas personas que han acompañado, contribuido, influido y acrecentado mi carrera profesional. Desde mis padres que definieron la formación escolar y apoyaron una inédita carrera universitaria, hasta las personas que diariamente trabajan y enriquecen nuestro desempeño profesional, para mí este premio es muy compartido, además es una retribución y un compromiso con todas esas personas, con el gremio, con mis hijos y también con la sociedad.

¿Cómo entiendes y sustentas el liderazgo? Específicamente, estando a la cabeza de una importante empresa como es Salesianos Impresores S.A.
En mi caso, el liderazgo se sustenta en la observación, mucho estudio, reflexión y la seguridad que proporciona la suma de las múltiples experiencias señaladas en la respuesta anterior, se ejerce cuando sin importar la distancia o las dificultades, se involucra a otras personas, con diferentas capacidades e intereses para alcanzar un objetivo claro y factible de lograr.

Salesianos por su concepción y principios fundacionales es una empresa muy particular, donde el liderazgo de esta metodología tiene que funcionar. Gracias a Dios nuestro equipo de trabajo ya la tiene instituida, todos saben que siempre habrá una cumbre más alta y que entre todos, cada cinco años la debemos alcanzar.

Eres un reconocido líder gremial. Como Ex presidente y director de Asimpres ¿a qué asuntos o proyectos has dedicado principalmente tu larga gestión?
Asimpres en sus 83 años de historia, ha emprendido múltiples y valiosas tareas en beneficio de la industria gráfica nacional e internacional, pero lamentablemente en la década pasada se percibía como una organización cerrada con una incomprensible acción gremial.

No puedo negar que mi participación en los directorios de Asimpres ha coincidido con la satisfactoria trasformación que ha beneficiado a la organización y sus organismos educacionales, estos resultados son producto de un consecuente plan desarrollado por un grupo de empresarios, todos líderes gremiales que intervinieron el corazón de la administración para impulsar una completa apertura y acogimiento a todos los actores que componen esta industria, estrategia que desde un comienzo fue potenciada por una amplia y sostenida comunicación sectorial.

¿Cómo evalúas tu experiencia como editor del periódico Impresiones, donde se está publicando esta entrevista?
El periódico Impresiones del Mundo Gráfico, creado hace un poco más de siete años por Don Carlos Aguirre V., ha sido el responsable de sustentar y comunicar la profunda trasformación que ha experimentado Asimpres. En esta oportunidad puedo decirles a nuestros lectores que mi función de Editor es solo un pretexto para cuidar su permanencia, implementar otros medios de comunicación y de alguna manera escudar el desarrollo de toda la organización gremial.

Vienes llegando de participar en la 77ª Asamblea de Conlatingraf y la entrega de premios del Theobaldo de Nigris. ¿Con qué impresión te quedas de la salud del gremio a nivel regional?
En la Confederación Latinoamericana había problemas por su pesada administración central. Lo más destacable es que la restructuración creada e impulsada por nuestro país esta comenzando a dar satisfactorios resultados, tarea que para Asimpres esta comenzando y que no puede descuidar.

A nivel regional, una vez más el prestigio de la Industria Grafica Chilena quedo demostrado en la gran cantidad de Oros, Platas y Certificados de Calidad obtenidos en el Concurso Theobaldo de Nigris y para terminar, no puedo dejar de mencionar la sólida imagen que tiene nuestro país a nivel continental.

Mejor Proveedor Maquinarias: Hagraf

División Maquinarias de Hagraf, de izquierda a derecha: Omar Pedregal, product manager Mantenimiento; Claudio Madariaga, encargado de Logística; Carlos Gallardo, product manager Offset; Fernando Álamos, gerente División Maquinarias; Cristian Martínez, product manager Nuevas Tecnologías y Jorge Bustos, product manager Terminaciones.

Este 2013 se cumplieron 35 años desde que Guillermo Haverbeck creó junto a Alfredo Gerhard la empresa Haverbeck Gerhard Maquinarias Gráficas Limitada. Hoy, Hagraf, como representante exclusivo de Heilderberg, ha sabido diversificar su negocio. Además de las máquinas Offset cuenta con una línea de productos y servicios que incluye insumos, repuestos y un enfoque puesto en el soporte técnico.

"Siempre es reconfortante recibir el reconocimiento de nuestros clientes. No trabajamos para recibir premios pero sí para entregar a nuestros clientes un asesoramiento y productos de la más alta calidad posible. Nuestro personal está en esta tarea permanentemente", comenta Gerardo Ledermann, gerente general de la compañía, ante la distinción que le acaba de entregar el gremio.

¿Cuál es el sello que caracteriza la excelencia de su gestión?
El trabajo en equipo, sumado a la calidad de nuestros servicios, es el sello que caracteriza nuestro desempeño en la industria. La preocupación por entregar siempre el mejor servicio, el mejor producto y las soluciones que rentabilicen el desempeño de nuestros clientes es constante en nuestros colaboradores.

¿Cómo describirías la relación que se genera con sus clientes, en qué valores se basa?
En la medida que el cliente percibe los valores anteriores se genera una confianza que permite desarrollar distintas y constantes soluciones que finalmente mejoran la productividad del mismo cliente. El precio, aunque siempre importante, deja de ser fundamental.

Mejor Proveedor Servicios: Ditra Industrial

Cristóbal Trabucco, Jorge Trabucco, Rodrigo Lagos, Aurora Contreras, Raúl Mera y Dino Trabucco.

Asimpres eligió y premió a Ditra Industrial Ltda. como Mejor Proveedor de Servicios Gráficos 2013, un reconocimiento que recibe por tercera vez. Dino Trabucco, su gerente general, comenta que las claves de esta distinción están dadas por un servicio basado en seis componentes: "Calidad, tiempos de respuesta, confiablidad, asesoría técnica, experiencia y capacitación constante".

¿En base a qué oportunidad comenzó y cómo definirías el negocio actual de Ditra Industrial?
La iniciación de este negocio partió en plena crisis de 1982 y como sugerencia de mi suegro que tenía imprenta y observaba que el afilado era, a veces, el cuello de botella dentro del proceso productivo de la industria gráfica.

El negocio de Ditra Industrial está enfocado en entregar servicios y productos de calidad, nuestro principal enfoque es ser socios estratégicos para nuestros clientes.

Para ello también nos preocupamos de conocer y tener las últimas tecnologías aplicadas.

¿Cómo logran alinear a su equipo de trabajadores y colaboradores para que estén sintonizados con la excelencia?
Teniendo todos en Ditra Industrial muy claro que somos parte importante para el éxito en el proceso productivo de nuestros clientes y que siempre el cliente es nuestro inspector final.

¿Tras 31 años en la industria cómo ves que ha evolucionado el mercado de la impresión en el país, cómo ves a tus clientes y sus necesidades hoy?
La mayoría de las empresas han evolucionado de acuerdo a las necesidades del mercado, los clientes exigen perfección y dinamismo y sus necesidades giran en torno a recibir un servicio eficiente, respuestas rápidas y asesorías constantes.

Mejor Proveedor de Insumos: Antalis GMS

Álvaro Ide, gerente general de Antalis GMS.

Antalis GMS fue fundada en agosto de 1974 por tres jóvenes ingenieros, que se iniciaron en el rubro gráfico en Editorial Lord Cochrane: Fernando Guzmán Stewart, Hans Meisel y Jaime Sánchez. Su norte era crear una empresa que tuviera el concepto de One Stop Shopping, es decir, de todo para el impresor en un solo lugar.

El éxito de la compañía se plasmó el año 2004, cuando GMS culminó el traspaso de su propiedad al Grupo Antalis, importante distribuidor mundial de papel y primero en Europa.

Hoy, la compañía es líder en el mercado gráfico nacional, satisfaciendo necesidades de productos, tecnologías, servicios y soluciones, con amplia llegada de Arica a Punta Arenas. Su gerente general, Álvaro Ide, destaca que ad portas de cumplir 40 años, el premio al Mejor Proveedor de Insumos "es un reconocimiento muy querido para nuestra compañía y lo recibimos con la misma humildad de otros años. Es el logro de un equipo de profesionales y técnicos que cada día se entregan por entero a satisfacer las necesidades de nuestros clientes".

¿Cómo evalúas el año 2013 para Antalis GMS?
2013 ha sido un año pleno de desafíos, con un contexto internacional que nos muestra dos caras de la moneda. Por una parte, un escenario levemente cuesta arriba en las economías más desarrolladas; pero a la vez lleno de oportunidades en mercados emergentes.

Como parte de Antalis Group, hemos sentido el respaldo de una compañía sólida, con presencia en más de 40 países y las mejores prácticas de la industria. Este año hemos podido consolidar nuestra integración a esta multinacional.

¿Cuál es el sello que caracteriza la excelencia de su gestión?
La capacitación como foco central. Nuestros profesionales y técnicos están en constante capacitación en productos y servicios de vanguardia, como también en procesos de mejora continua, tras la implementación de un CRM que apunta a fortalecer la experiencia de compra de nuestros clientes. Además de permanente presencia en eventos internacionales para traer las nuevas tendencias.

La sustentabilidad es también una constante en nuestro que hacer. Contar con las certificaciones PEFC y FSC, que acabamos de renovar exitosamente por otros cinco años.

¿Cómo describirías la relación que se genera con sus clientes, en qué valores se basa?
Desde su fundación, nuestra compañía ha buscado convertirse en un verdadero aliado estratégico de nuestros clientes. Más que proveedores, nuestro desafío es ser un asesor en la toma de decisiones, desde las más importantes hasta las más cotidianas.

EDIPAC Tel.: (56-2) 375 24 00 www.edipac.cl
3M Tel.: 600 300 36 36 / www.3mindustrial.cl
antalis gms Just ask Antalis Tel.: (56-2)7300000 - 800223012 / www.gms.cl
Síguenos en como Asimpres

La industria gráfica reflexiona sobre el futuro del papel

A principios de noviembre Twitter salió a la bolsa de New York con una recaudación de 25 mil millones de dólares. Tres meses antes, luego de 136 años de liderazgo, el periódico norteamericano, The Washington Post, era comprado por el dueño de Amazon, una de las principales empresas digitales del mundo, en apenas 250 millones de dólares. Mientras, a mediados de mes, la planta de papel de diario Río Vergara en Chile cerraba de manera definitiva.

Sin duda, estos antecedentes apoyan la teoría del fin de la era Gutenberg, que se convierte en una preocupación para la industria gráfica. Es por eso que Asimpres organizó el pasado miércoles 13 de noviembre, el encuentro El Futuro del Papel, donde más de 130 asistentes, entre empresarios, profesionales y estudiantes vinculados al rubro de la impresión, marketing y del diseño, se reunieron para analizar las perspectivas del papel en el mercado editorial, medios y packaging.

Asimpres organizó el encuentro *El Futuro del Papel* en el Hotel Hyatt, que **contó con más de 130 asistentes, entre empresarios, profesionales y estudiantes** vinculados al rubro de la impresión, marketing y diseño.

El papel de diario y de impresión los más afectados

Desde 2011 se ha visto una disminución de un 2,5% en la producción anual de papel de impresión y escritura a nivel mundial. La mayor caída se ha visto en Estados Unidos y Europa, donde el acceso a los medios digitales ha influido notablemente, a diferencia de China que se ha convertido en el motor de la industria.

"En Latinoamérica, los diarios gozan de buena suerte", aseguró Pedro Moral, director corporativo de Producción de El Mercurio. Sin embargo, el futuro no es tan auspicioso si consideramos la experiencia internacional. En Estados Unidos, por ejemplo, los ingresos de la industria han bajado en 30 mil millones de dólares desde el año 2000 a la fecha.

Invertir fuera del core business

La poca capacidad de reacción de los periódicos grandes ante la vorágine de Internet, ha puesto en duda el futuro de las noticias impresas. "Han habido muchos experimentos fallidos. Se gastó mucha plata sin tener idea de lo que era Internet. Aquí hay que aplicar la teoría de Buzz Lightyear (de Toy Story): Esto no es volar, es caer con estilo", enfatizó Moral, ya que los diarios no van a tener el mismo tamaño ni la influencia de antes.

Si bien asegura que no hay un mapa para enfrentar la crisis, algunas experiencias de diversificación de contenidos y ampliación del core business han sido exitosas. Lo ejemplificó con el caso de El Clarín de Argentina, que se expandió a radio, Internet y TV cable; mientras El Comercio de Perú, se convirtió en multimedia, invirtiendo en TV, entretenimiento y educación.

El objetivo ha de estar puesto en "enfocarse al cliente" y la estrategia estará muy ligada al mercado de insertos y marketing directo.

La inminente arremetida del ebook

Según el presidente de la Cámara Chilena del Libro, Arturo Infante, en el caso del libro la digitalización ofrece tentadoras ventajas para los editores, debido a la posibilidad de llegar de manera directa a los lectores y a alternativa que ofrece de reducir los costos. Sin embargo, en Latinoamérica, el impacto del e-book aún ha sido mínimo, debido a la poca oferta de contenidos en español. En España, el 3% lee en formato digital, por la protección de altos precios que impuso el país, a diferencia de lo que ocurre en Estados Unidos y Europa donde la introducción del e-book ha sido muy expedita. "En Chile, estas tecnologías llegaron hace dos años, pero las ventas son irrelevantes, simbólicas y absurdas", asegura Infante. Sin embargo, Amazon y Libranda ya pusieron sus ojos en el mercado de habla hispana. Durante este año realizaron visitas a editores para comenzar la comercialización de títulos en español en formato digital.

La excepción: Las cartulinas

Ante esta realidad editorial, se hace necesario mirar hacia otros mercados. "El alimento no lo podemos vender y empacar en forma digital", expresó Rodrigo Collao, ingeniero en desarrollo de Envases de Carozzi, dando a conocer esta ventaja comparativa del rubro de los empaques. Efectivamente, el mercado de los envases ha sido el que ha mostrado un mayor incremento en los últimos años. Según Claudio Ojeda, gerente comercial de CMPC Cartulinas, el consumo de cartulina a nivel internacional, en los últimos 15 años, ha mantenido una tasa de crecimiento cercana al 4% anual, y se espera que crezca al 3% de aquí al 2020. Es decir, se va a seguir consumiendo más de un millón de toneladas de cartulina al año.

Por otro lado, hay una relación directa entre el ingreso per cápita y el consumo de cartulina a nivel mundial. En países desarrollados, como Estados Unidos, Japón, Canadá y regiones como Europa Occidental, el consumo de cartulina por persona se mueve entre los 17 a 33 kilos, mientras que en Latinoamérica la cifra está por los 4 kilos. Hay un natural espacio de crecimiento.

La sustentabilidad del papel

"No hay ningún otro medio de impresión o embalaje tan sustentable como el papel, que es renovable, reciclable y biodegradable", aseguró enfáticamente Claudio Ojeda, de CMPC, recalcando una de las ventajas comparativas más relevantes del papel, frente a otros sustratos como el plástico.

El papel es producido por una industria ambientalmente consciente cuyo futuro depende de la plantación de más árboles de los que consume y que está mejorando progresivamente las normas en toda la cadena de suministro.

Por otro lado, es el único medio 100% reciclable. En Europa, el 70% del papel es reciclado, mientras que en Chile la cifra alcanza el 47%, quedando un claro espacio para el crecimiento. Ni siquiera se compara con lo digital. La chatarra electrónica crece 33% más rápido que el resto de los residuos a nivel mundial, y ésta no presenta mayores opciones de reciclaje.

Aunque la certificación de procesos, mediante la norma FSC y PEFC, dan garantías y valor agregado a los clientes de este rubro, Rodrigo Collao explicó que pese a que sus empaques de cartulina cuentan con el logo de certificación forestal PEFC, esto aún no es percibido como un factor decisivo en la compra por parte de sus consumidores. Por esta razón, el desafío es claro: "Tenemos el objetivo de masificar el conocimiento que debiera tener el público en general y nuestros clientes sobre la sustentabilidad de nuestra materia prima", expresó Felipe Villaseñor, presidente de Asimpres.

En relación a este punto, durante el evento, se lanzó el sitio web www.impresionsustentable.cl que busca promover el uso del papel, y que contiene diversos datos sobre el real impacto de la industria forestal y la impresión en el medio ambiente y las acciones que se ejecutan en la era del cuidado del planeta.

DIPISA
Tel.: (56-2) 387 10 00
www.dipisa.cl

HAGRAF
Tel.: (56-2) 827 80 00 / www.hagraf.com

Síguenos en como Asimpres

Jurado del Premio Australis destaca innovación y calidad de obras

TRAS UNA SEMANA DE REVISIÓN DE LAS MUESTRAS RECIBIDAS, EL GRUPO DE EXPERTOS ELIGIÓ LAS OBRAS GANADORAS DEL PREMIO AUSTRALIS DEL AÑO EN CURSO.

Una cualidad del jurado de este año fue su interdisciplina, siguiendo la línea de acción que ha liderado Asimpres este 2013. Se convocó a expertos de diferentes áreas, vinculadas a la cadena de producción de la comunicación gráfica y también a la visión del cliente final: publicistas, diseñadores, periodistas y gremios asociados, se sumaron a expertos en impresión como José Bodet y Carlos Gallardo que han participado en oportunidades anteriores.

"Rescato mucho compartir con otros jurados que tienen una visión diferente del producto. Una de las cosas más interesantes es cuando aparecen otras opiniones sobre diseño o terminaciones, que muchas veces uno no le ve el valor agregado, pero que al final termina siendo importante", opina Carlos Gallardo, experto en impresión Offset de Hagraf. La misión particular de Gallardo, dentro del grupo, fue evaluar la dificultad y qué tan bien se llevó a cabo el proceso de impresión. En tal sentido, el profesional fue muy estricto y tuvo una opinión crítica: "Tenemos la maquinaria, tenemos las materias primas, pero falta lograr estándares aún más altos. Mejorar aspectos básicos como el calce y registro, pero también, generar un impacto visual a la hora de abrir un libro o un catálogo".

La tarea fundamental del director creativo de Procorp y director de Chile Diseño, Roberto Concha, fue evaluar el diseño integral del producto, a través de un indicador que él mismo define como infalible: "el enamoramiento a primera vista de las piezas". Roberto Concha se explaya: "Más allá de los requisitos técnicos, una pieza de diseño que llama la atención te cautiva en los primeros cinco segundos". Luego de revisar en detalle cada una de las muestras presentadas, el creativo se quedó con una excelente impresión: "las muestras están extraordinarias y el panorama es muy competitivo. Me llama la atención que la industria de la impresión en Chile esté tan vigente, tal vez, más vigente que nunca".

Paula Escobar, editora de Revistas de El Mercurio, quien aportó su conocimiento en el mercado editorial, también se mostró muy impresionada por la calidad de las muestras: "Esto revela el nivel de profesionalización que tiene esta área de desempeño en Chile y además, las ganas de innovación que existe".

"Las muestras están extraordinarias y el panorama es muy competitivo. **Me llama la atención que la industria de la impresión en Chile esté tan vigente**, tal vez, más vigente que nunca", opina Roberto Concha, director de Chile Diseño y de la agencia Procorp.

Veronica Greve, gerente de Asuntos Corporativos de Chile Alimentos, fue convocada a entregar su amplio expertise en el ámbito del packaging y etiquetas. Para ella, el éxito de un envase está dado por su funcionalidad en relación a la cultura y nuevas formas de consumo de los clientes finales: "Hoy en día se están buscando porciones más pequeñas, envases que se puedan meter directamente al microondas, para llegar y cocinar o llegar y descongelar, también nuevos formatos y cierres. La mujer tiene menos tiempo y busca nuevas alternativas", asegura.

"Nuestro mundo es el mundo de la inmediatez y muy comercial", dice Lionel Fuentealba, publicista de la agencia Porta, y agrega: "Tenemos que tener resultados de cada producto que hacemos. Convertir algo tan bonito, como es la impresión, en un resultado comercial, valorado por nuestros clientes, a veces es difícil, pero hoy día con las nuevas tecnologías y las nuevas maquinarias, se ha logrado llegar a acuerdos y somos un buen complemento. Hoy día los productos comerciales pueden ser piezas de diseño", opina. Desde la perspectiva publicitaria, Fuentealba es claro en expresar que la impresión continuará ganando terreno "en la medida en que los actores de este mercado estandaricen sus procesos".

"No hay que conformarse con lo fácil, hay que buscar la excelencia", es la opinión de José Bodet, director académico de Academia MacPC, quien lleva varios años aportando al Premio: "No dejo de sorprenderme por la creatividad y dificultades técnicas que pueden sobrellevar".

Luego del proceso de deliberación, el desafío para el 2014 es claro: Seguir creciendo. "Yo hago una invitación a que las imprentas envíen más productos y que motiven a sus colegas", promueve Carlos Gallardo. "Es súper importante para la imprenta participar en este tipo de concursos. Es una promoción de lo que ellos hacen. Es una vitrina", expresa Natalia Izquierdo, diseñadora y directora académica de Ingraf.

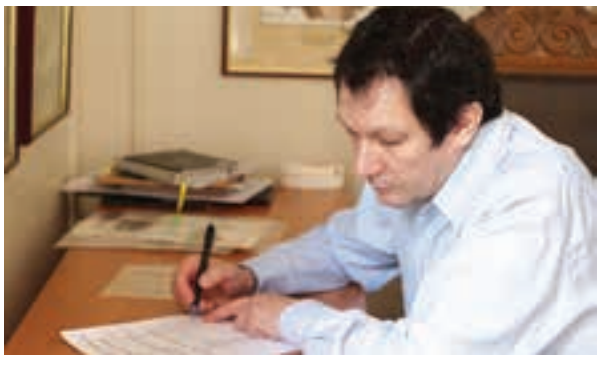
El jurado

A los miembros del jurado anteriores, como José Bodet, director académico de MacPC, Carlos Gallardo, instructor para la impresión de Hagraf y Eduardo Spencer, gerente de Spencer Gráfica y presidente del jurado, se sumaron Roberto Concha, director de Chile Diseño; Paula Escobar, editora de Revistas El Mercurio; Lionel Fuentealba, director de Impresos de Agencia Porta; Verónica Greve, gerente de Asuntos Corporativos de Chilealimentos; Lautaro Faúndez de Pamigraf y Natalia Izquierdo, actual directora académica de Ingraf.

Sobre el premio

El Premio Australis, que convoca la Asociación de Industriales Gráficos hace 4 años, es el único concurso que distingue la calidad integral del producto gráfico chileno, tanto en diseño, como en impresión y terminaciones.

Participan productos elaborados por imprentas y empresas de packaging, que correspondan a las categorías de libros, revistas, memorias, catálogos, folletos, agendas, calendarios, impresos comerciales, estuches, etiquetas, material de punto de venta o display y productos de autopromoción.



Datanet
KONICA MINOLTA
Tel.: (56 2) 373-4000
www.datanetsa.com
Síguenos en como Asimpres

Premio Australis 2013

Categoría Libros: "Entorno. Cocina endémica salvaje". Impresora Ograma. Cliente: Iansa

Categoría Libros: "X3 de Godofredo Iommi". Impresora Ograma. Cliente: Foramen Acus Ediciones

Categoría Revistas: "Revista Joia". Impresora Ograma. Cliente: Joia

Categoría Memorias e Informes: "Memoria Almendral 2012".Impresora Ograma. Cliente: Almendral S.A.

Categoría Catálogos: "Arquitectura y Sociedad". Impresora Ograma. Cliente: Universidad Diego Portales

Categoría Catálogos: "Corpgroup, activos inmobiliarios". Impresora Ograma. Cliente: Corpgroup

Categoría Folletos, Insertos y Desplegables: "Baika, chilean fruits". Impresora Ograma. Cliente: Baika Chilean Fruits

Categoría Carpetas: "Carpeta Viña Errázuriz". Impresora Ograma. Cliente: Viña Errázuriz

Categoría Agendas: "Agenda Pascualina 2014". RR Donnelley Chile. Cliente: Libesa Ltda.

Categoría Impresos Comerciales: "Afiche metalizado Becker". B y B Impresores. Cliente: Cervecerías Chile S.A.

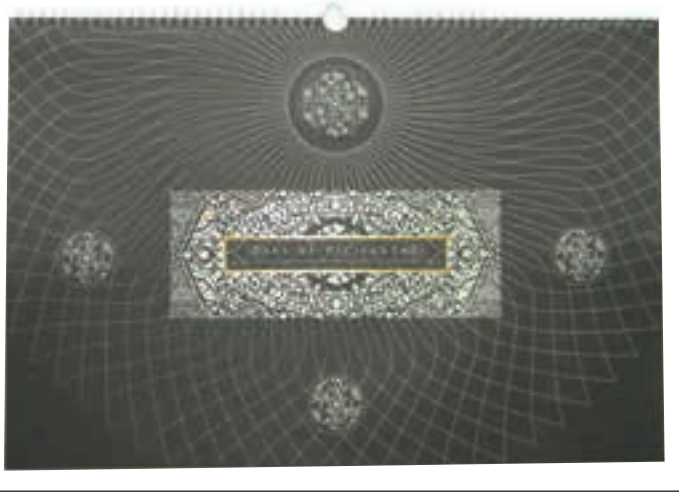
Categoría Etiquetas: "Red Passion Latin Lover". Acruss CCL Label. Cliente: Viña Concha y Toro

Categoría Estuches y Envases Plegadizos: "FUUD, descubre nuevos sabores". Colorpack Impresores Ltda. Cliente: Fuud Spa

Categoría Bolsas Impresas: "Bolsa cartulina MINI". Impresora Printer S.A. Cliente: Automotora Gildemeister S.A.

PREMIO AUSTRALIS A LA EXCELENCIA 2013

CategoríaAutopromocional:
"Calendario fotográfico: Días de bicicletas"
Ártica Impresores
Ártica Impresores



AGFA
Tel.: (56-2) 2 595 76 00 / www.agfa.cl

Canon
Tel.: (56-2) 477 61 00 - 800 470 855 / www.canon.cl

Síguenos en como Asimpres

ANIVERSARIOS NOVIEMBRE

- **Productora Gráfica Andros Ltda.**
Gerente General: Lucia Bustamante H.
Fundada: Noviembre 1989
Ingreso Asimpres: 19/04/2011
Años que cumple: 24

- **Castillo y Castillo Ltda.**
G.General: Pablo Castillo R.
Fundada: Noviembre 1983
Ingreso Asimpres: 22/08/1995
Años que cumple: 30

- **Collotype Labels S.A.**
G.General: Fernando Aravena E.
Fundada: Noviembre 1983
Ingreso Asimpres: 31/10/1991
Años que cumple: 30

- **Datanet S.A.**
G.General: Rodrigo Vallarino
Fundada: Noviembre 1999
Ingreso Asimpres: 21/06/2011
Años que cumple: 14

- **Papelera Dimar S.A.**
G.General: Jonatan Moran V.
Fundada: Noviembre 1973
Ingreso Asimpres: 30/11/1984
Años que cumple: 40

- **Ferrostaal Chile S.A.C.**
G.General: Roberto Hahn W.
Fundada: Noviembre 1974
Ingreso Asimpres: 28/12/1986
Años que cumple: 39

- **Impresora Optima S.A.**
G.General: Ricardo Schaub T.
Fundada: Noviembre 1978
Ingreso Asimpres: 20/04/1993
Años que cumple: 35

- **Imprenta Quickprint Ltda.**
G.General: Raimundo Castillo A.
Fundada: Noviembre 1976
Ingrso Asimpres: 06/09/2011
Años que cumple: 37

Profesional de Excelencia 2013

Carmen Castro, ejecutiva de Ventas de Edipac

"Siento una gran satisfacción de que mi gestión sea valorada y reconocida por mis clientes"

Egresada del Instituto Comercial Blas Cañas, Carmen ingresó en 1986 a Comercial Río Laja, empresa distribuidora de CMPC, como secretaria del departamento de Contabilidad, asistente de Tesorería y caja. En 1993 comenzó en Edipac como asistente de Ventas, y desde 1999 fue ascendida a ejecutiva de Ventas, cargo que mantiene hasta la actualidad, donde tiene a su cargo una cartera específica de clientes.

¿Cómo tomas esta distinción a nivel personal y profesional?
Cuando recibí la noticia me sorprendí mucho, me sentí muy emocionada. Como pueden ver me he formado profesionalmente en esta empresa y me siento muy satisfecha de lo que he logrado en este tiempo. Soy una de las caras visibles de Edipac y en mi gestión cuento con un gran equipo que me brinda su apoyo, respaldo y compañerismo.

Para el desarrollo de mi actividad y cumplimiento de mis metas y objetivos, han sido fundamentales los apoyos logísticos, de crédito, de nuestros asistentes de ventas y por cierto de mis jefes, quienes me han brindado las herramientas y recursos necesarios para desarrollar mi trabajo.

En lo personal siento una gran satisfacción de que mi gestión sea valorada y reconocida por mis clientes.

¿A qué cualidades profesionales y personales crees que se debe esta distinción?
La relación de confianza que he logrado establecer con mis clientes, la que se ha basado en responder a sus requerimientos y necesidades en forma oportuna y veraz, como también el conocimiento de los distintos productos que comercializamos, lo que permite proponer distintas soluciones y alternativas. Anticiparme a sus necesidades, mantenerlos informados, y sobre todo ser un verdadero aporte creíble en el tiempo.

En lo personal, siento la felicidad de haber logrado formar una familia hermosa, que me ha dado su apoyo, respaldo y cariño, permitiéndome crecer personal y profesionalmente.

¿Qué es lo que más disfrutas de tu trabajo, y cuál es el principal desafío de tu día a día?
Disfruto del ambiente laboral que hemos logrado con el equipo de Ventas. Nos conocemos hace muchos años, somos verdaderos amigos, hemos crecido en lo personal y laboral. Me gusta lo que hago. Cada día es diferente, los desafíos son muchos y no siempre fáciles de enfrentar, es un rubro competitivo, todo es para ayer y debemos correr.

¿Cómo ves al gremio de la industria gráfica, cómo evalúas el momento por el que está pasando?
He percibido un aumento de trabajo en este semestre, por lo que muchas imprentas han tenido que externalizar. También ha sido un año de elecciones y hemos tenido mayor demanda de papeles.

El gremio de la industria grafica es verdaderamente mi gremio y dado el contacto y cercanía con los clientes, percibo que es tremendamente competitivo, que requiere respuestas rápidas y efectivas de sus proveedores, con el abastecimiento de productos de buena calidad, buenos precios, para así ganar los negocios que se les presentan diariamente.

Profesional de Excelencia 2013

Andrés Navarro, MCA Teach Group de HP Indigo

"Recibo con gran sorpresa y admiración este reconocimiento"

Andrés Navarro, cuenta con 25 años de trayectoria vinculada al área digital de la industria gráfica nacional. Con formación en electrónica universitaria fue integrándose al rubro de la impresión mediante trabajo y esfuerzo. Trabajó en diversas empresas, muchas de las cuales son socias de Asimpres, como Davis Graphics, Gráfica Digital, Dimacofi e Imagex. Actualmente se desempeña en HP Indigo como MCA Teach Group, donde desarrolla actividades con los equipos digitales HP Indigo, offset digitales, asesorías, entrenamientos, postventa, entre otros.

Hoy, y luego de un sondeo realizado a empresarios y profesionales de la impresión, es elegido como Profesional de Excelencia 2013, distinción que comparte este año con Carmen Castro de Edipac.

Estás recibiendo el premio al Profesional de Excelencia, un gran reconocimiento que entrega el gremio, ¿cómo tomas esta distinción a nivel personal y profesional?
Recibo con gran sorpresa y admiración este reconocimiento y doy las gracias a todos los que creen y apuestan a la tecnología como medio de crecimiento innovación y desarrollo en la industria gráfica.

> "Doy las gracias a todos los que **creen y apuestan a la tecnología como medio de crecimiento** innovación y desarrollo en la industria gráfica.

Profesionalmente, es un estímulo de crecimiento y compromiso con la masificación de la tecnología digital en la industria.

¿A qué cualidades profesionales y personales crees que se debe esta distinción?
Las cualidades de la distinción pueden ser trabajo en equipo, perseverancia, actitud y compromiso para sumar a todos los actores de la industria en el desarrollo e innovación digital. Nunca darse por vencido y dar un servicio centrado, principalmente, en el cliente.

¿Qué es lo que más disfrutas de tu trabajo, y cuál es el principal desafío de tu día a día?
El día a día consiste en supervisar el sur de América Latina, parte con la más amplia gama de determinaciones, incluyendo el servicio y las decisiones de manejo con nuestros clientes. Lo que más disfruto son siempre los desafíos y oportunidades de innovación dadas por los sistemas digitales que se desarrollan continuamente.

IMPRESIONES Del Mundo Gráfico

IMPRESIONES DEL MUNDO GRAFICO® es una publicación de la Asociación de Industriales Gráficos de Chile A.G. **ASIMPRES** * secretaria@asimpres.cl * www.asimpres.cl. * **Comité Editorial:** Patricio Hurtado A., Roberto Tapia Mac D., José Bodet, María Eugenia Mingo S., Natalia Ramos B. y Carla Caorsi R. * **Fotografías:** Archivo ASIMPRES. * **Impresión:** Quad Graphics. * **Tiraje:** 15.000 ejemplares.

Derechos Reservados. Las expresiones publicadas en este medio son de exclusiva responsabilidad de los autores, entrevistados y avisadores. La reproducción parcial o total de los contenidos de esta edición son permitidos con la previa autorización de ASIMPRES A.G.